PAZZIRAMA®™

L'ALFABETO E(STE)TICO

DP Advertising per Carlo Rampazzi Architetto

progetto di comunicazione, divulgazione, attività,
eventi, performance, iniziative, idee...

a cura di: Daniela Pelagalli, Lorenzo Scoles, Marco Credi

DPADVERTISING

L'ALFABETO E(STE)TICO

/ di Carlo Rampazzi

Una dichiarazione, una suggestione, una domanda, una risposta concreta.

Questo progetto, articolato in diverse fasi, si propone di diffondere il nome, l'arte e il pensiero di Carlo Rampazzi con una formula suggestiva, provocatoria, partecipata e fattiva. Tutto parte da una parola, o meglio dalle parole che possono definire il percorso, l'arte e gli intenti di Carlo Rampazzi.

Gli obbiettivi che questo progetto persegue sono molteplici.

presentare al grande pubblico la storia artistica ed intellettuale dell'architetto;
valorizzare la forza delle idee di Carlo Rampazzi con la sua personale definizione dei concetti chiave alla base del suo lavoro;

offrire una formula spettacolare per la narrazione della vicenda artistica e culturale dell'architetto, **tracciando** un ponte fra il periodo di realizzazione delle sue opere e l'attualità delle sue idee;

coinvolgere il pubblico in un dibattito collettivo sulle sue proposizioni o provocazioni;
creare una comunicazione multicanale, incluso quello materico, diretto e ubiquo della street art;

coinvolgere i partecipanti non limitatamente ad una dimensione virtuale ed impalpabile ma concretizzando un incontro in cui si possa creare fisicamente un'opera collettiva sotto la guida del maestro;

fornire una documentazione "in presa diretta" del "modus" artistico di Carlo Rampazzi grazie alla sua interazione con il gruppo di collaboratori per lo sviluppo del progetto collettivo;

riunire in un unico luogo, una piattaforma, i materiali dell'intero progetto, i quali spaziano dal portfolio dell'artista al suo pensiero, fino alla restituzione della sua esperienza in un workshop unico e prestigioso.

DPADVERTISING

La realizzazione del progetto
è articolata in fasi distinte
e contempla diversi media
e strumenti per ottenere
i risultati desiderati.

FASE UNO | ARIA | LE IDEE
/parole e immagini

FASE DUE | ACQUA | LA DIFFUSIONE
/guerilla estetica

FASE TRE | FUOCO | L'INCONTRO
/risposte, interazioni, selezione

FASE QUATTRO | TERRA | L'OPERA
/incontri, contaminazioni

www.dp-adv.it

DPADVERTISING

PAZZIRAMA®™

FASE UNO | ARIA | LE IDEE

/parole e immagini

PAROLE L'Architetto sceglie una parola e per ogni lettera dell'alfabeto, costruisce il suo vocabolario personale. Ogni parola diventa spunto per un racconto, un aneddoto, testo teatrale, una definizione, una domanda che stimola il dibattito, una provocazione.

VIDEO Il mondo costruito dietro ad ogni parola verrà raccontato in un video con opere, riflessioni e una domanda provocatoria rivolta al pubblico. Le sequenze visive e sonore evocheranno l'universo di Rampazzi invitandolo alla partecipazione ed al confronto.

FASE UNO | ARIA | LE IDEE

/parole e immagini

PAROLE

L'opera e il pensiero di Carlo Rampazzi vengono presentati attraverso una dichiarazione, un discorso costruito intorno a una parola: le opere del designer vanno a corroborare i concetti che esprime e permettono di riconoscere nella sua esperienza l'espressione concreta delle sue idee e della sua visione.
La prima fase prevede la selezione delle parole chiave.
Vengono proposte all'architetto varie parole per ogni lettera dell'alfabeto.
Rampazzi sceglie quella che ritiene più "importante" o significativa per l'espressione della propria natura artistica o della propria urgenza comunicativa.
L'alfabeto di Carlo Rampazzi diventa così il pretesto per la formulazione del suo vocabolario, dove le parole acquisiscono l'accezione che l'architetto decide di attribuire loro. Su ogni parola scelta viene scritto un testo in cui l'architetto esprime il proprio pensiero, le proprie esperienze, la propria definizione.
Sempre per ogni parola viene individuata una domanda, un interrogativo che accenda il dibattito e il confronto intellettuale.
Testi e domande servono per la realizzazione dei video previsti per ogni parola.

VIDEO

Per ciascuna parola, e per la corrispondente dichiarazione di Rampazzi, viene realizzato un video - in forma estesa per la piattaforma e in forma ridotta per i social - che contiene le opere dell'architetto, la sua definizione, una sequenza evocativa dei concetti espressi e, infine, una domanda che l'artista rivolge alla sconfinata platea che i social network permettono di raggiungere.
La domanda è l'elemento che innesca il dibattito e il coinvolgimento.
Dopo una breve sequenza di immagini che mostrano Rampazzi al lavoro e le sue opere, l'architetto - in una location idonea - si pronuncia con una dichiarazione sulla sua visione riguardo alla parola chiave: successivamente, la personale declinazione di ogni parola culmina con un montaggio di elementi visivi: la sequenza consiste in una serie di elementi evocativi reperiti nella realtà e filmati da Lorenzo Scoles e Francesco Matera, accompagnati dalla forza suggestiva della musica di uno straordinario compositore come Teho Teardo.
L'architetto - di nuovo nella location utilizzata per la definizione - rivolge infine allo spettatore una domanda attinente all'argomento.
È una domanda diretta, provocatoria o comunque complessa, una di quelle domande che costringe chi vuole rispondere a mettersi in gioco, ad esporsi.
È un invito alla partecipazione, alla risposta, al dibattito.

DPADVERTISING

PAZZIRAMA®™

FASE DUE | ACQUA | LA DIFFUSIONE
/guerilla estetica

VIDEO PODCAST | SOCIAL
Il progetto si articola tra virtuale e reale. Una serie di videopodcast da veicolare su Spotify, YouTube, approfondisce le parole scelte da Rampazzi. Contemporaneamente i social vengono popolati di brevi contenuti che amplificano la diffusione e il dibattito.

STREET ART | LUOGHI VIRTUALI
Nel mondo reale, le parole diventano stickers diffusi ovunque: una guerrilla estetica che porta le domande di Rampazzi su pali, ringhiere, muri. Ogni sticker ha un QR code che collega alla piattaforma e invita a partecipare.

www.dp-adv.it

FASE DUE | ACQUA | LA COMUNICAZIONE
/guerilla estetica

STICKERS E SOCIAL NETWORKS

La comunicazione si articola tanto nel mondo virtuale, quanto in quello reale. Lettere e domande possono diventare piccoli manifesti adesivi, stickers da attaccare ovunque con cui portare la conversazione nel mondo reale.

La pacifica invasione di stickers che portano in ogni luogo - pali dei semafori, cassette delle centraline elettriche, grondaie, ringhiere o cartelli stradali - il nome e le domande di Rampazzi diffonde il suo nome, attira l'attenzione e promuove la partecipazione.
Un QR code permette infatti di rispondere e di partecipare al dibattito collettivo sulla piattaforma predisposta.

La comunicazione si avvale anche di brevi video o immagini sui social network, contribuendo a richiamare l'attenzione di tutti coloro che possono e vogliono partecipare al dibattito.

PIATTAFORMA

È il luogo in cui vengono radunate tutte le lettere, tutte le parole, tutti i concetti espressi da Rampazzi e le sue domande.
Sulla piattaforma infatti, grazie alla pubblicazione dei video e dei testi, si compone l'intero alfabeto artistico di Carlo Rampazzi.
Sulla stessa piattaforma potranno trovare spazio le risposte dei partecipanti con i diversi materiali che vorranno caricare per proporre il proprio modo di vedere le cose.

I materiali saranno pubblici e andranno a colorare un grande mosaico di pensieri intorno alle suggestioni proposte dall'architetto.

DPADVERTISING

PAZZIRAMA®™

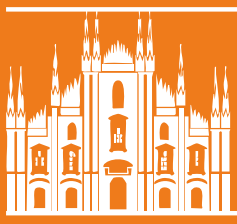
FASE TRE | FUOCO | L'INCONTRO

/risposte, interazioni, selezione

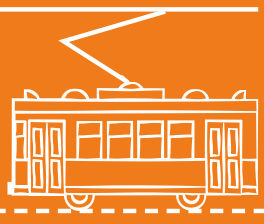
IL CONFRONTO Per ogni lettera dell'alfabeto, i partecipanti possono rispondere alle domande di Rampazzi con frasi, immagini, video o altri materiali originali. Ogni contributo alimenta il dibattito attorno ai concetti proposti, arricchendo la piattaforma con visioni personali e nuove interpretazioni.

EVENTI Le risposte più interessanti vengono selezionate: gli autori scelti saranno invitati a partecipare ad una serie di eventi ed un workshop intensivo con Carlo Rampazzi. Una settimana di lavoro collettivo per dare forma, insieme all'architetto ad un'opera corale.

In occasione della Design Week 2026
l'Architetto Carlo Rampazzi concluderà **PAZZIRAMA**,
il suo onirico progetto di guerrilla estetica.
Se lo vedi in giro per Milano, non mancare di saltare
a bordo del tram chiamato desid...ehm delirio,
lo riconoscerai sicuramente.



FUORI DAI BINARI



www.dp-adv.it

FASE TRE | FUOCO | L'INCONTRO

/risposte, interazioni, selezione

RISPOSTE E SELEZIONE

Per ogni lettera, i partecipanti possono rispondere con frasi e immagini o video o materiali di propria produzione che contribuiscano al dibattito sulla domanda e sul concetto espresso dall'architetto.

Le risposte più meritevoli o interessanti vengono successivamente selezionate e i loroautori invitati a partecipare all'ultima fase del progetto consistente in un workshop conl'architetto Rampazzi in persona.

Per ogni lettera, per ogni parola si individua la persona che ha risposto con la suggestione più interessante sulla piattaforma che ospita tanto i video di Rampazzi quanto le risposte dei partecipanti, si possono caricare anche materiali ulteriori.

Tutte le persone selezionate parteciperanno ad un workshop di una settimana con Rampazzi per la creazione concreta di un'opera collettiva sotto la sua guida.

DPADVERTISING

PAZZIRAMA®™

FASE QUATTRO | TERRA | L'OPERA

/incontri, contaminazioni

REALIZZAZIONE COLLETTIVA DI UN'OPERA

L'opera conclusiva potrà essere concepita da Rampazzi o definita insieme ai partecipanti. In entrambi i casi, l'architetto seguirà ogni fase dello sviluppo. La realizzazione collettiva diventa così un campo di contaminazione estetica, in cui l'immensa esperienza dell'architetto si intreccia con la freschezza progettuale dei presenti.

IDEAZIONE E CONFRONTO CONCETTUALE

I partecipanti vengono coinvolti in una sessione guidata di confronto creativo, durante la quale Rampazzi proporrà suggestioni, intuizioni e temi. Visioni individuali, provocazioni, domande o abbozzi progettuali. L'obiettivo è generare attrito fertile tra linguaggi e prospettive differenti, lasciando emergere forme inattese di pensiero visivo.

www.dp-adv.it

FASE QUATTRO | TERRA | L'OPERA

/incontri, contaminazioni

WORKSHOP

L'ultima fase del progetto prevede l'incontro dei partecipanti selezionati e dell'architetto Rampazzi per un workshop che permetta loro di realizzare un'opera collettiva.
Provocazioni e dichiarazioni dell'architetto non si limitano dunque a dare mera esibizione di sé; tendono, al contrario, a diventare il fertile terreno su cui far fiorire nuove sensibilità e nuove opere realizzate nello spirito dell'ascolto, del confronto e della collaborazione.

L'opera da realizzare nel workshop viene concepita e definita dall'architetto o, nel caso la si volesse individuare insieme, viene da lui seguita nelle diverse fasi della realizzazione.
In questo modo l'architetto Rampazzi può donare gli elementi più preziosi della propria esperienza ma l'incontro permette anche di respirare le fresche idee di coloro che partecipano al lavoro collettivo.

DOCUMENTARIO

Il workshop, tanto nei suoi frangenti "ufficiali" quanto nelle situazioni "dietro le quinte", viene ripreso per la realizzazione di un breve documentario.
Il documentario, a sua volta caricato sulla piattaforma, grazie alla realizzazione dell'opera collettiva racconta ancora una volta la profondità artistico-progettuale di Rampazzi e la natura dialettica della sua arte.

PODCAST

L'alfabeto di Rampazzi, le sue "definizioni", le domande poste per ogni argomento, le risposte dei partecipanti e le fasi contenutisticamente più interessanti del workshop vengono anche trasformati in un podcast audio a puntate da mettere a disposizione sul sito dedicato e sulle principali piattaforme podcast.

DPADVERTISING

ALFABETO

Quello riportato qui sotto è un elenco di parole che iniziano con le diverse lettere dell'alfabeto e che possono essere, in qualche misura, significative per la sensibilità di Rampazzi. Si potranno scegliere soltanto alcune parole o all'architetto potrebbe preferire l'adozione di una parola per ogni lettera in modo da comporre un proprio alfabeto personale.

ATTRITO
AMORE
ACQUA
ALCHIMIA
ASTRATTO
ARROGANZA
ANIMA
ANTICONFORMISMO
ANONIMO
ARMONIA
ABITO
AMULETO
AMICIZIA
ARIA
ACCELERAZIONE
ATTESA
ALBERO
ATTIMO
APERTURA
BELLEZZA
BANALITÀ
BRUTTEZZA
BEIGE
BILANCIAMENTO
BACIO
BONTÀ
BULIMIA
BULLISMO
BAMBINO
BESTIALITÀ
BISTURI
CUORE
CREATIVITÀ
CONTAMINAZIONE
COLORE
CAPRICCIO
CLICHÉ
CUCINA
CAREZZA
CONTRASTO
CONFRONTO
CARISMA
CORAGGIO
COERENZA
COMODITÀ
COLLABORAZIONE
CASA
CAMPANA
COLLETTIVITÀ
DECORAZIONE
DELICATEZZA
DIVERTIMENTO
DELIRIO
DUBBIO
DEDIZIONE
DOLCEZZA
DIVISMO
DESIDERIO
DENTI
DIVERGENZA
DURATA
DIVISIONE
DESTINO
DIVISMO
DISTANZA
DOLORE
DECADENZA
DISSENSO
DUREZZA
DIVINITÀ
DISORDINE
ELEGANZA
EMPATIA
ESTETICA
ECCESSO
ENIGMA
EFFIMERO
EQUILIBRIO
EROE
ESPOSIZIONE
EDIFICAZIONE
EMULAZIONE
ESTASI
EMOZIONE
ESPERIENZA
EVASIONE
EQUITÀ
ESPLOSIONE
ESEMPIO
FORTUNA
FELICITÀ
FOLLIA
FESTA
FRIVOLEZZA
FALSITÀ
FORZA
FASCINO
FEMMINILITÀ
FORMA
FORMALITÀ
FUNZIONE
FURTO
FAVOLA
FENOMENO
FEDE
FEROCIA
FURBIZIA
GIOCO - GIOCARE
GIOIA
GEOMETRIA
GIOIELLO
GIOCATTOLO
GUSTO
GRIGIO - GRIGIORE
GRAZIA
GALATEO
GOLA
GIUSTIZIA
GALLEGGIAMENTO
HOTEL
HYPE
HABITAT
HORROR VACUI
HOUDINI
HARD-CORE
HALLUCINATION
HAUTE-COUTURE
HAREM
HANDICAP
INATTENDU
IDEA
INNOVAZIONE

DPADVERTISING

ISPIRAZIONE
IMMAGINAZIONE
INTELLIGENZA
ILLUSIONE
INCIVILTÀ
INTRAPRENDENZA
INSIEME
INTIMITÀ
IPOTESI
JOLLY
JAZZ
JEANS
JET
JUKEBOX
JACKPOT
JOYSTICK
JUNGLE STYLE
JOKER
KAOS
KITSCH
KARMA
KIMONO
KAMIKAZE
KALEIDOSCOPE
KERMESSE
KO
KILO
LUSSO
LINGUA
LABIRINTO
LUCE
LEGGEREZZA
LOGICA
LINEA
LENTEZZA
LATENZA
LATO
MODA
MUSICA
MORALE
MASCHERA
MIMESI
MISURA
MUTAZIONE
MECENATISMO
MOSTRO
MANI
MORTE
MAGIA
MATERIALE
MORBIDEZZA
MAGNIFICENZA
MURO
MENTE
MOVIMENTO
NOTORIETÀ
NEUTRO
NECESSARIO
NEUTRALE
NUOVO - NOVITÀ
NOTIZIE
NESSUNO
NOME
NITIDEZZA
NEGAZIONE
NEMICO
NAVIGAZIONE
NAUSEA
OMOLOGAZIONE
OGGETTO
ODORE
OPINIONE
OSARE
OBLIO
ORRORE
ORNAMENTO
OSTINAZIONE
OSTENTAZIONE
OPPOSIZIONE
ORIZZONTE
ORDINE
ONORE - OVAZIONE
OLTRAGGIO
OVVIETÀ
OMOGENEITÀ
POTERE
POESIA
PITTURA
PENSIERO
PROVOCAZIONE
PERSONALIZZAZIONE
PIACERE
PROFUMO
PRODUZIONE
PASSATO
PROMESSA
PROPORZIONE
PAURA
PROPRIETÀ
PROVA
PROPOSTA
PERSONA
PRIMATO
QUADRO
QUALITÀ
QUADRATO
QUOTIDIANO
QUOZIENTE
QUADRIFOGLIO
QUANDO
QUASI
QUALCOSA
QUALUNQUISMO
QUANTISTICO
QUARESIMA
QUI
QUIETE
QUOTA
RICORDI
RAGIONE
RISPOSTA
RIPOSO
RAFFINATEZZA
RAZIONALITÀ
RIVOLUZIONE
RELIGIONE
RIGORE
RETTITUDINE
RETTA - RETTILINEO
ROVINA
RIGIDITÀ
RUVIDEZZA
RESPONSABILITÀ
RITIRATA
RITORNO
SELVAGGIO
SOGNO
SORRISO
SCENOGRAFIA
SILENZIO
SFARZO
SERIALITÀ
SANGUE
SPERANZA
SOSTANZA
SOSTENIBILITÀ
SFUMATURA
SOSPENSIONE
SENSUALITÀ
SFIDA
SAPORE
SOCIETÀ
SOLITUDINE
STORIA
SENSIBILITÀ
STRADA
SOTTRAZIONE
TEATRO - TEATRALITÀ
TEMPO
TRATTO - SEGNO
TESTO
TATTICA
TORMENTO
TATTO
TEMPESTA
TRANQUILLITÀ
TRISTEZZA
TEMERARIETÀ
TORRE
TENSIONE
TRASPORTO
URGENZA
UTILITÀ
UTOPIA
USARE - USATO
UMILTÀ
UNICITÀ
UMORE
UBBIDIENZA
UNIVERSALE
UFFICIO
UGUAGLIANZA
UMANO
ULTIMO
UNIVERSITÀ
VISIONE
VALORE
VERITÀ
VIRTÙ
VOLGARITÀ
VIOLENZA
VITA
VERDE
VIRILITÀ
VIGLIACCHERIA
VICINANZA
WELTENSHAUUNG
WALZER
WEB
WELFARE
WIRELESS
WALLPAPER
WORKSHOP
WUNDERKAMMER
WRAP
X-FACTOR
XYLOGRAPHIE
XILOFONO
XENOFOBIA
X-RAY
XILOGRAFIA
X-GENERATION
XEROX
XENO - STRANIERO
YES
YIN-YANG
YACHT
YANKEE
YOGA
YUPPIE
YELL
ZIG-ZAG
ZELO
ZUCCHERO
ZEN
ZODIACO
ZUFFA
ZOOM
ZATTERA
ZOMBIE
ZUZZURELLONE

DPADVERTISING

Dispositivo di presentazione ad alto impatto cromatico si sconsiglia la diffusione previo avvertimento all'ufficio di competenza. Tutti i materiali e le idee in esso contenute sono da ritenersi originali, ogni smentita dovrà essere documentata e certificata. Ah, ci sarebbe da controllare anche la legge sui diritti d'autore.

Grazie per l'attenzione lo staff DP-ADV

www.dp-adv.it